

Kopf des Tages

Sie löste Konflikte aus – jetzt ist sie Mediatorin

Franziska Roth Der früheren Aargauer SVP-Regierungsrätin ist im Kanton Zürich ein Neustart gelungen.

Alessandra Paone

Am Wochenende machte die «Aargauer Zeitung» publik, dass Franziska Roth zwei Jahre nach ihrem Rücktritt als Aargauer Regierungsrätin in Dielsdorf im Kanton Zürich eine eigene Anwaltskanzlei betreibt und ihre Dienste als Mediatorin anbietet. Sie will, so heisst es auf ihrer Website, «Konfliktparteien auf ihrem Weg zur Konfliktlösung unterstützen».

Als Politikerin hat sie oft genug Konfliktsituationen erlebt. Es war für sie damals im Departement für Gesundheit und Soziales eine schwierige Zeit: Entlas-

sungen, Mitarbeiter, die davonliefen, interne Streitigkeiten, Kommunikationsprobleme und Zweifel an ihrer Führungskompetenz. Die Regierung ordnete sogar eine externe Untersuchung ihres Departements an. Auch im Parlament wurde sie von verschiedenen Parteien harsch kritisiert, bis sich am Ende selbst ihre eigene Partei, die SVP, von ihr abwandte. Roth trat aus der Kantonalpartei aus.

Es folgte ein unschöner Abgang – nach nur zweieinhalb Jahren. Nur wenig später verliess sie ihren Wohnort Rothrist in Richtung Kanton Zürich – in Richtung Neuanfang. Es hätte



ein leiser Abschied sein sollen, Tele M1 filmte aber, wie eine Zürcher Zügfirma das Hab und Gut der früheren Gesundheitsdirektorin wegfuhr.

Roth ist inzwischen 57 Jahre alt; der Neustart scheint geklappt zu haben. Es sei ihr gelungen, diese anspruchsvolle Zeit positiv zu bewältigen, sagt sie. «Natürlich ging das nicht von einem Tag auf den anderen. Das Ganze war für mich sehr belastend, da ich auch verschiedene menschliche Enttäuschungen erleben musste.» Sie sei jedoch eine «robuste Natur» und grundsätzlich ein positiver denkender Mensch.

Vor ihrer Regierungsratsstätigkeit war Roth Bezirksgerichtspräsidentin. Von da kommt auch ihr Interesse für die Mediation. Für sie war zudem klar, dass sie nach ihrer Zeit in der Politik etwas machen wollte, das über die Arbeit als Rechtsanwältin hinausging.

Ihre Amtszeit sei ja nie wirklich «gemütlich» gewesen, sagt Roth. Deshalb habe sie sich schon früh Gedanken gemacht über eine spätere selbstständige Tätigkeit. Wenige Monate nach ihrem Rücktritt begann sie mit der Grundausbildung. Die neue Aufgabe gefällt ihr gut: Sie schätzt den Kontakt zu Men-

schon – «besonders auch, dass ich Menschen in einer belastenden Situation unterstützen kann, aus eigener Kraft wieder einen guten Weg zu finden».

Vielleicht hätte eine Mediation damals auch ihr geholfen, einen Weg aus der verzwickten Situation zu finden. Roth bezweifelt dies. Sie sagt: «Alle, die an meinem Stuhl sägten, hatten nur im Sinn, meinen Platz einzunehmen.» Das habe aber niemand offen ausgesprochen. «Vielleicht hätte eine offene und vor allem ehrlichere Kommunikation eine bessere Lösung ermöglicht.» Es ist ihre Sicht der Dinge.

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG Werdstrasse 21, 8004 Zürich, Tel. 044 248 44 11

Leserschaft: 353'000 Personen (MACH Basic 2020-2)

Verbreitete Auflage: 128'811 (WEMF 2020)

Davon verkaufte Exemplare: 103'473 Ex.

Verleger Pietro Supino

Chefredaktion Tages-Anzeiger Priska Amstutz (pam), Co-Chefredaktorin, Mario Stäuble (ms), Co-Chefredaktor

Chefredaktion Redaktion Tamedia Arthur Rutishauser (ar), Chefredaktor, Adrian Zurbriggen (azu), Stv., Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA) **Nachrichtenchefs** Angela Barandun (aba), Jacqueline Büchi (jbu), Tatjana

Gruosso, Patrick Kühnis (pak), Christoph Lenz (lnz), Thomas Mückli (mö), Beat Schmid (bsh)

Ombudsmann: Ignaz Staub, Postfach 837, CH-6330 Cham 1, ombudsmann.tamedia@bluewin.ch

Ressortleitende

Schweiz: Raphaela Birrer (rbi), **International:** Christof Mürner (chm), **Wirtschaft:** Peter Burkhardt (pbu), **Recherchedesk:** Catherine Boss (cbm), Oliver

Zühlmann (oz), **Kehrseite:** Raphael Diethelm (dip), **Zürich Politik & Wirtschaft:** Mario Stäuble (ms), **Zürich Stadtleben:** Priska Amstutz (pam), **Sport:** Ueli Kägi (ukä), Alexandra Stäuble (als), **Leben:** Michèle Binswanger (mcb), Philippe Zweifel (phz), **Kultur:** Guido Kalberer (kal), **Gesellschaft:** Michèle Binswanger (mcb), **Service:** Philippe Zweifel (phz), **Wissen:** Nik Walter (nw), **Interaktiv:** Marc

Brupbacher (bru), **Video:** Boris Gyax (bgy), **Social Media:** Ursula Schubiger (sur), **Datenjournalismus:** Dominik Balmer (bal), **Leitung Tamedia Editorial Services:** Viviane Joyce (vj)

Ressortleitende Tamedia Editorial Services

Textproduktion Bezahlmedien: Raphael Diethelm (dip), **Layout:** Andrea Müller, **Bild:** Olaf Hille, **Infografik:** Michael Rüegg, **Korrektur:** Rita Frommenwiler, **Verlag Verlagsleitung:** Marcel Tappeiner, Produktmanagement: Gabi Wettstein, **Abonnementspreise:** shop.tagesanzeiger.ch

Abo-Service: Für Fragen und Anliegen zu Ihrem Abo wenden Sie sich am besten über das Online-Formular an uns: contact.tagesanzeiger.ch

Telefonisch erreichbar unter: Mo-Fr 08.00-12.00 und 13.15-17.00 Uhr; Tel. 044 404 64 64, Sa/So 08.00-11.00 Uhr; Tel. 0800 80 80 15 (gratis)

Werbemarkt: Goldbach Publishing AG

Leitung Werbemarkt: Oliver Pargäzli

Schalter: Werdstrasse 21, 8021 Zürich

Inserateaufgabe Print: Tel. 044 248 40 30

E-Mail: inserate@tagesanzeiger.ch oder online unter www.adbox.ch

Inserateaufgabe Digital: Tel. 044 248 50 70

E-Mail: digitalnext@goldbach.com

Neben den klassischen Formen von Werbung erscheinen in den Medien von Tamedia zwei Formen von Inhaltswerbung: **Paid Post:** Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden. Die Erscheinungsform hebt sich vom

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Layout des Trägertitels ab. Diese Werbemittel sind mit «Paid Post» gekennzeichnet. **Sponsored:** Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Dieses so genannte Native Advertising ist mit dem Layout des Trägertitels identisch und wird mit «Sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbeformen werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen. Weitere Sonderwerbformen oder Formen der Zusammenarbeit mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden gesondert ausgewiesen.

Die Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG ist eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der TX Group AG. Weitere Informationen zur TX Group AG unter tx.group

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ Druckzentrum Zürich AG, Goldbach Publishing AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Basler Zeitung AG, Tamedia ZRZ AG, Zürcher Oberland Medien AG.

In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»

Eine Marke von Tamedia

LENA LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE

LENA LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE